

Biaya, Pendapatan dan R/C Ratio Penjualan Buah dan Sayur

Marthen A.I.Nahumury, Fenty Y. Manuhuttu, Esy D. Leiwaherilla
Universitas Musamus
email: marthen@unmus.ac.id

ABSTRAK

Pasar Baru merupakan pasar tradisional yang berada kota Merauke, dimana pasar tersebut banyak menyediakan kebutuhan pokok dan kebutuhan sehari-hari, seperti buah, sayur dan kebutuhan pokok lainnya, yang tentunya harga juga lebih murah. Penjual buah dan sayur di pasar baru Merauke tersebar dari berbagai etnis yang berjualan di pasar, namun tidak semua ibu-ibu asli Papua yang berjualan di pasar tersebut, hal ini disebabkan karena keterbatasan modal, pengetahuan berbisnis yang belum baik. Penelitian tentang isu ini semakin meningkat, terutama dalam analisis biaya, pendapatan dan R/C Ratio penjualan buah dan sayur. Penelitian ini berfokus pada hasil pendapatan yang di terima oleh ibu-ibu papua yang berjualan buah dan sayur. Penelitian ini menggunakan metode Kuantitatif, Jenis data yang digunakan data primer dan data sekunder, objek penelitian di pasar baru Merauke dengan sampel 10 pedagang buah dan sayur. Teknik pengumpulan data yaitu melalui observasi, wawancara dan kuesioner. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penjualan buah dan sayur oleh Ibu-ibu Papua di pasar Baru Merauke mengalami keuntungan, dibuktikan dengan rata-rata pendapatan yang diterima sebesar Rp.157.700 serta (R/C) ratio penjualan sebesar 1,36.

Kata kunci : Biaya; Pendapatan; R/C Ratio; Penjualan Buah dan Sayur.

ABSTRACT

Pasar Baru is a traditional market in the city of Merauke, where the market provides many basic necessities and daily necessities, such as fruit, vegetables and other basic necessities, which of course also have cheaper prices. The fruit and vegetable sellers at Merauke's new market are spread from various ethnic groups who sell at the market, but not all of them are native Papuan women who sell at the market, this is due to limited capital and poor business knowledge. Research on this issue is increasing, especially in the analysis of costs, income and R/C Ratio for selling fruit and vegetables. This research focuses on the income received by Papuan women who sell fruit and vegetables. This research uses a quantitative method, the type of data used is primary data and secondary data, the research object is the Merauke new market with a sample of 10 fruit and vegetable traders. Data collection techniques are through observation, interviews and questionnaires. The results of this research show that sales of fruit and vegetables by Papuan women in the Baru Merauke market are profitable, as evidenced by the average income received of Rp.157,700 and a sales (R/C) ratio of 1.36.

Keyword : Costs; Income; R/C Ratio; Sales of Fruit and Vegetables

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara agraris dan negara dengan jumlah populasi penduduk terbanyak di dunia dan sebagian besar penduduk di Indonesia adalah masyarakat miskin (tidak mampu) terkhusus di wilayah Papua bagian selatan yang merupakan daerah 3T yakni daerah yang tergolong dalam daerah tertinggal, terdepan, dan terluar yang mengharuskan

masyarakat di Papua bagian selatan untuk lebih giat lagi dalam melakukan pekerjaan agar dapat mendapatkan hasil yang cukup atau yang disebut dengan penambahan pendapatan. Hal ini yang menjadi dorongan hidup untuk setiap anggota keluarga bekerja terutama wanita yang ikut berperan dalam meningkatkan pendapatan keluarga. Motivasi ibu-ibu Papua yang berjualan buah dan sayur di pasar baru Merauke disebabkan karena suami yang tidak bekerja, minimnya penghasilan rumah tangga serta ingin mencari uang sendiri. Kehidupan manusia tidak terlepas dari aspek ekonomi, dan aspek ekonomi akan terus meningkat dari waktu ke waktu sesuai dengan kebutuhan hidup manusia. Manusia merupakan makhluk sosial yang tidak dapat dipisahkan dari lingkungan. Dalam hal ini menunjukkan bahwa masing-masing individu memiliki fungsi atau peran dalam menjalankan fungsi sosialnya di tatanan masyarakat. Aktivitas menurut tujuannya dapat dibedakan menjadi dua, yang pertama sebagai peran publik, yakni segala kegiatan manusia yang biasanya dikerjakan di luar rumah dan memiliki tujuan untuk mendapatkan penghasilan. Kedua sebagai peran domestik, yakni kegiatan yang dilakukan di dalam rumah dan biasanya tidak dimaksudkan untuk mendapatkan penghasilan, akan tetapi untuk melakukan kegiatan rumah tangga [1]

Kabupaten Merauke adalah salah satu kabupaten yang terletak di ujung timur Indonesia, bertempat di provinsi Papua dan memiliki jumlah penduduk kurang lebih 243.722 jiwa. Kabupaten Merauke sendiri merupakan kota pertanian yang memiliki potensi sumberdaya alam yang sangat luas, baik potensi sumberdaya yang dalam proses pemanfaatan maupun potensi untuk pengembangan sumberdaya alam. Daerah ini terdiri beberapa suku yang mendiami di Merauke baik suku asli Papua maupun dari berbagai lintas suku yang ada di Indonesia. Kota Merauke memiliki dua pasar tradisional yakni pasar baru dan pasar Wamanggu yang merupakan sentra penjualan kebutuhan pokok sehari-hari bagi masyarakat di Merauke. Pasar merupakan salah satu tempat terjadinya transaksi antar penjual dan pembeli dengan jumlah penjual lebih dari satu, baik itu pertokoan, pusat perbelanjaan, mall, pasar tradisional dan pusat perdagangan lainnya. Pasar dapat dibedakan menjadi dua menurut klasifikasinya yaitu pasar tradisional dan pasar modern. [2]. Kabupaten Merauke sendiri memiliki dua pasar tradisional yakni pasar Baru dan pasar Wamanggu di Merauke. Pedagang buah dan sayuran di pasar Baru Merauke tersebar berbagai suku seperti suku Marind, Suku Muyu, Suku Mandobo dan berbagai suku yang ada di Merauke.

Permasalahan yang dihadapi para penjual buah dan sayur akan mempengaruhi pendapatan yang mereka peroleh, karena pendapatan merupakan hal terpenting dalam berdagang. Beberapa masalah yang berkaitan dengan pendapatan tidak hanya terjadi pada perbedaan tingkat pendapatan di antara para pedagang. Perbedaan kesenjangan pendapatan juga dipengaruhi oleh faktor lain. Secara teori, ada beberapa hal yang dapat mempengaruhi

pendapatan suatu perusahaan, antara lain: Modal, Pengalaman/ Pengetahuan berbisnis,dll. Keterbatasan modal bagi ibu-ibu Papua sangat mempengaruhi pendapatan mereka, sebagian besar bersumber dari modal sendiri, bukan dari pinjaman atau kerja sama investasi dari lembaga keuangan resmi. Begitu juga dengan pengetahuan berbisnis / usaha pedagang/penjual akan lebih memahami perilaku konsumen dan strategi penjualan untuk memberikan layanan yang lebih baik kepada pembelinya. Hal ini juga akan mempengaruhi tingkat pendapatan dan lamanya seorang wirausaha berkecimpung dalam suatu usaha akan mempengaruhi produktivitasnya serta faktor -lain yang menjadi faktor penghambat dalam meningkatkan ekonomi rumah tangga bagi ibu-ibu papua yang berjualan di pasar baru Merauke. Adapun aktivitas penjualan buah dan sayuran oleh ibu-ibu Papua di pasar baru Merauke dapat dilihat pada tabel dibawah ini,sbb.

Tabel.1. Jenis dan Jumlah Penjual Buah dan Sayuran di Pasar Baru Merauke

No	Buah dan Sayur	Jumlah Penjual di Pasar Baru
1	Sayur Daun Singkong	9
2	Kangkung Rawa	10
3	Singkong	7
4	Pisang Nona	8
5	Pisang Raja	7
6	Pisang Kepok	10
7	Petatas	10
8	Keladi	5
9	Kelapa	9

Sumber : Data diolah,2023

Berdasarkan Tabel diatas, dapat dijelaskan bahwa jumlah penjual buah dan sayuran oleh ibu-ibu asli Papua di Pasar Baru Merauke sebanyak 10 Penjual dengan jenis buah dan sayur seperti; sayur daun singkong, kangkung rawa, singkong, pisang nona, pisang raja, pisang kepok, petatas, keladi, dan kelapa. Aktivitas penjualan buah dan sayur oleh Ibu-Ibu Papua di pasar Baru Merauke dimulai sejak pukul 08.00 WIT – pukul 19.00.WIT.

Dengan menguraikan permasalahan diatas, penelitian ini bertujuan untuk memberikan motivasi dan inspirasi terkait penerapan dan pemahaman terhadap konsep manajemen pemasaran yang baik bagi ibu-ibu Papua yang berjualan buah dan sayur di pasar baru Merauke untuk lebih giat mengembangkan usaha penjualannya dalam waktu jangka panjang.

Teori Pasar

Pasar merupakan salah satu tempat terjadinya transaksi antar penjual dan pembeli dengan jumlah penjual lebih dari satu, baik itu pertokoan, pusat perbelanjaan, mall, pasar tradisional dan pusat perdagangan lainnya. Pasar dapat dititik beratkan dalam arti ekonomi

yaitu untuk transaksi jual dan beli. Menurut [3] pasar ialah proses terjadinya transaksi permintaan dan penawaran antara pembeli yang ingin menukarkan uangnya dengan barang atau jasa dan si penjual yang ingin menukarkan barangnya dengan uang. Sedangkan bagi pembeli atau konsumen mempunyai kebebasan untuk membeli dan memilih barang atau jasa yang sesuai dengan tingkat daya belinya. Para penjual dan pembeli saling bertemu dipasar, masing – masing dari mereka mempunyai keinginan dan kepentingan sendiri – sendiri. Jika kedua belah pihak tersebut dipertemukan maka akan terjadi transaksi jual beli. Faktor penting yang dapat mempertemukan mereka adalah harga, yang terbentuk di pasar dalam interaksi antara penjual dan pembeli tersebut.

Para penjual mengharapkan harga setinggi mungkin untuk barang yang ditawarkannya, agar mendapatkan keuntungan sebanyak mungkin, tetapi jika para penjual dalam menawarkan barangnya dengan harga yang lebih tinggi, maka para pembeli pun akan malas untuk membeli sehingga barangnya tidak laku,[2].

Jenis pasar menurut cara transaksinya dapat dibedakan menjadi dua jenis yaitu pasar tradisional dan pasar modern. Menurut [4] pasar tradisional adalah tempat berkumpul untuk jual beli sebagai pusat kegiatan sosial ekonomi kerakyatan, dengan pola hubungan ekonomi yang menghasilkan terjalinnya interaksi sosial yang akrab antara pedagang-pembeli, pedagang-pedagang, dan pedagang pemasok yang merupakan warisan representasi kebutuhan bersosialisasi antar individu, secara fisik dalam ruang yang saling berdekatan serta situasinya tidak jauh dari pemukiman. secara makro berada pada tempat strategis, mudah dicapai oleh semua pihak, dan mempunyai karakter humanis sehingga mampu membangun kedekatan dan hubungan kekeluargaan antara pedagang dan pembeli. Masalah infrastruktur yang hingga kini masih menjadi masalah serius di pasar tradisional adalah kondisi bangunan, kebersihan dan tempat pembuangan sampah yang kurang terpelihara, kurangnya lahan parkir, dan buruknya sirkulasi udara. Pasar tradisional bukan hanya sekedar tempat terjadinya transaksi jual beli barang dan jasa namun pasar tradisional juga menjadi tempat terjadinya interaksi sosial antara pembeli dan penjual. Sama halnya dengan pasar tradisional, pasar modern juga adalah tempat untuk melayani kebutuhan penjual dan pembeli untuk bertransaksi, hanya saja pasar modern biasanya terdapat di perkotaan. Namun transaksi yang dilakukan tidak secara langsung melainkan pembeli melihat label harga yang tercantum dalam barang atau barcode ,pasar berada dalam bangunan dan pelayanannya dilakukan oleh pramuniaga [5].

Teori Produksi

Produksi merupakan suatu kegiatan yang dikerjakan untuk menambah nilai guna suatu benda atau menciptakan benda baru sehingga lebih bermanfaat dalam memenuhi

kebutuhan. Kegiatan menambah daya guna suatu benda tanpa mengubah bentuknya dinamakan produksi jasa. Sedangkan kegiatan menambah daya benda dengan mengubah sifat dan bentuknya dinamakan produksi barang. Proses adalah cara, metode dan teknik bagaimana sesungguhnya sumber-sumber tenaga kerja, mesin, bahan, dan dana yang ada diubah untuk memperoleh suatu hasil. Sedangkan produksi sendiri adalah kegiatan untuk menciptakan atau menambah kegunaan suatu barang atau jasa. Produksi bertujuan untuk memenuhi kebutuhan manusia untuk mencapai kemakmuran. Kemakmuran tersebut dapat tercapai jika tersedia barang dan jasa dalam jumlah yang mencukupi. Untuk melakukan produksi butuh beberapa faktor -faktor yang mempengaruhi produksi seperti; tenaga kerja, sumber alam, dan modal. Dengan terjadinya produksi secara massal dan bantuan mesin agar hasil produk lebih banyak dan cepat. Tentu menghasilkan efektifitas dan efisiensi dari segi waktu dan biaya produksi. Selain itu karena menggunakan mesin maka meminimalisir SDM yang terlibat sehingga bisa memangkas biaya finansial untuk SDM. Namun harus mengutamakan biaya perawatan mesin untuk proses produksi [6]. Tujuan dan manfaat produksi dan jasa berjalan dengan baik yaitu dengan melancarkan produksi produk/jasa. Karena semua sarana dan prasarannya sudah tersedia. Bahkan ini tidak hanya terkait dengan produksi produk saja. Tetapi juga dengan proses pemasaran, penggalangan dana modal, manajemen perusahaan dan lain sebagainya. Karena hal inilah maka faktor produksi memang harus tersedia dengan lengkap. Jangan sampai satu unsur hilang karena bisa rusak segalanya [7].

Menurut [8] dilihat dari caranya, proses produksi dapat digolongkan menjadi empat macam: 1. Proses produksi pendek, yaitu proses produksi yang pendek/cepat dan langsung menghasilkan barang atau jasa yang bisa dinikmati konsumen. Contoh : proses produksi makanan, seperti singkong goreng, pisang goreng. 2. Proses produksi panjang, yaitu proses produksi yang memakan waktu lama. Contoh : proses produksi menanam padi dan membuat rumah. 3. Proses terus-menerus/kontinu, yaitu proses produksi yang mengolah bahan-bahan secara berurutan melalui beberapa tahap pengerjaan sampai menjadi barang jadi. Ini berarti bahan-bahan tersebut harus melewati beberapa mesin secara terus-menerus hingga menjadi barang jadi. Contoh: proses produksi gula, kertas. 4. Proses produksi berselingan/intermitten, yaitu proses produksi yang mengolah bahan-bahan dengan cara menggabungkannya menjadi barang jadi. Misalnya, pada produksi mobil. Ada bagian yang membuat kerangka, ada bagian yang membuat setir, ada bagian yang membuat ban, kaca. Setelah setiap bagian selesai dengan kerjanya, hasilnya digabungkan menjadi mobil.

Teori Pendapatan

Pendapatan sering disebut sebagai revenue. Pendapatan dan keuntungan atau laba (gains) merupakan komponen dari penghasilan (income). Untuk perusahaan pada umumnya pendapatan berasal dari kegiatan utama yang tercermin pada penjualan out put (produk dan jasa) perusahaan, yang berarti dinyatakan dalam jumlah aliran masuk kotor (gross inflows) [9]. Pada dasarnya pendapatan digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari dan memberikan kepuasan kepada pedagang agar dapat melanjutkan keinginan-keinginan dan kewajiban. Pendapatan dirumuskan sebagai hasil kali antara jumlah unit yang terjual dengan harga per unit [10]. Jika dirumuskan secara matematis adalah sebagai berikut:

$$TR = P \times Q$$

Keterangan:

TR = Total Revenue (penerimaan total)

P = Price (harga barang)

Q = Quantity (jumlah barang)

Menurut [11] menuliskan bahwa pendapatan adalah kenaikan atau bertambahnya aset dan penurunan atau berkurangnya liabilitas perusahaan yang merupakan akibat dari aktivitas operasi atau pengadaan barang dan jasa kepada masyarakat atau konsumen pada khususnya. Pendapatan pedagang ditentukan dari berapa banyak jumlah barang yang mampu dijual kepada pembeli dengan harga yang telah disepakati antara penjual dan pembeli di pasar. Dapat disimpulkan bahwa pendapatan pedagang pasar dalam penelitian ini adalah jumlah yang terjual dikalikan dengan harga per unit barang dari masing - masing jenis dagang. Harga barang diperoleh dari hasil kesepakatan antara penjual dan pembeli saat melakukan transaksi jual beli pasar yang dinyatakan dalam satuan rupiah.

Konsep Biaya

Biaya adalah suatu bentuk pengorbanan terhadap sumber ekonomi yang dinyatakan dalam bentuk satuan uang, di mana hal tersebut sudah terjadi atau mungkin akan terjadi dalam upaya suatu perusahaan untuk mendapatkan barang atau jasa [12]. Biaya merupakan pengeluaran perusahaan dalam mendapatkan bahan mentah dan faktor-faktor produksi yang digunakan dan dapat menciptakan barang-barang jadi yang di ciptakan oleh perusahaan itu sendiri. Menurut [13] mengatakan biaya adalah pengorbanan sumber ekonomis yang diukur dalam satuan uang, yang telah terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu. Biaya dalam akuntansi manajemen mencerminkan efisiensi sistem produksi, sehingga konsep biaya juga mengacu pada konsep produksi.

Menurut [14] untuk menghitung besarnya biaya total (Total Cost) diperoleh dengan cara menjumlahkan biaya tetap (Fixed Cost/ FC) dengan biaya variabel (Variable Cost/VC)

dengan rumus: $TC = FC + VC$ Dimana : $TR = P \times Q$ $TC =$ Total Cost (biaya total) $FC =$ Fixed Cost (biaya tetap) $VC =$ Variabel Cost (biaya variabel) Jadi untuk menerima laba maksimum atau keuntungan maksimum maka biaya tetap ditambahkan dengan biaya variabel maka akan muncul hasil biaya total atau laba/keuntungan maksimum

Analisis Revenue Cost

Analisis revenue cost ratio (R/C), adalah analisis simbang dengan jumlah penerimaan dan biaya (R/C) didapatkan berdasarkan pembagian antara total penerimaan dan total biaya. Nilai R/C total menunjukkan pendapatan kotor yang diterima untuk setiap rupiah yang dikeluarkan untuk berproduksi. Nilai R/C tidak mempunyai satuan. Pendapatan diukur dengan nilai efisien. Menurut [14] R/C adalah perbandingan antara penerimaan dengan biaya total dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$RCR = (\text{Total Penerimaan}(TR)) / (\text{Total Biaya}(TC))$$

Dengan menggunakan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut :

$RCR > 1$, usaha tersebut menguntungkan.

$RCR = 1$, maka usaha tersebut untung tapi tidak mengalami kerugian.

$RCR < 1$, usaha tersebut tidak menguntungkan / rugi.

METODE

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang sasaran ilmiah untuk mendapatkan data primer dan data sekunder. Dalam penelitian ini data primer di dapat dari hasil observasi dan wawancara yang di kumpulkan melalui penyebaran kuesioner meliputi: identitas dan tanggapan responden sesuai hasil dari pengisian kuesioner serta data sekunder merupakan data yang digunakan dari berbagai literature /referensi penunjang. Objek penelitian ini di pasar baru Merauke dengan sampel 10 responden penjual buah dan sayur. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling. Purposive sampling adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Alasan meggunakan teknik purposive sampling ini karena sesuai untuk digunakan untuk penelitian kuantitatif, atau penelitian-penelitian yang tidak melakukan generalisasi [15].

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil

Gambar Umum Kabupaten Merauke

Kabupaten Merauke merupakan suatu wilayah yang berada di Provinsi Papua dan secara geografis terletak antara 137°- 141° Bujur Timur dan 5° - 9° Lintang Selatan. Luas

wilayahnya 46.791.63 km² atau 14,67% selain itu Kabupaten Merauke merupakan Kabupaten terluas di Provinsi Papua. Di Kabupaten Merauke terdapat 20 Distrik, Distrik terluas adalah Distrik Waan dengan luas wilayah 5.416.84 km² sedangkan Distrik Semangga merupakan Distrik terkecil dimana luas wilayahnya 326,95 km² atau setara dengan 0,01%. Batas Kabupaten Merauke adalah daratan dan lautan dan perairan Merauke memiliki luas 5.089,71. Dari bagian utara Kabupaten Merauke berbatasan dengan Kabupaten Mappi dan Kabupaten Boven Digoel, sedangkan dengan Papua New Guinea berbatasan sebelah timur dan laut Aru dari sebelah barat dan selatan. Keadaan topografi Kabupaten Merauke pada umumnya datar dan berawa disepanjang pantai dengan kemiringan 0-3%. Kabupaten Merauke merupakan daerah dataran yang tingkat ketinggiannya 0-60 mpdl. Wilayah - wilayah di Kabupaten Merauke berada di ketinggian 3-4 meter dari permukaan laut (dpl) hanya 3 Distrik yang memiliki ketinggian 40 - 60 meter yaitu Distrik Elikobel, Ulilin dan Muting suhudara di Kabupaten Merauke adalah 23°C – 23°C.

Profil Responden

Pada penelitian ini profil responden meliputi jenis kelamin, usia dan pendidikan terakhir dari usaha penjualan buah di Pasar Baru Merauke. Berdasarkan penelitian yang peneliti lakukan dapat di deskripsikan sebagai berikut:

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin juga berpengaruh terhadap perbedaan sikap, gaya hidup dan selera seseorang terhadap sesuatu hal yang dianggap baik dan pantas, berikut karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin di pasar baru Merauke, sbb;

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Presentase(%)
1	Laki	0	0
2	Wanita	10	100 %

Sumber : Data yang diolah 2023

Berdasarkan tabel 2. di atas menunjukkan bahwa jumlah penjual buah dan sayur di Pasar Baru kota Merauke, berjenis kelamin perempuan sebanyak 10 responden (100%), dan penjualan yang berjenis kelamin laki - laki sebanyak 0 responden (0%).

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Data yang dihimpun dari responden diperoleh tingkatan umur seperti pada tabel berikut:

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah Responden	Presentase(%)
1	17-28	2	20%

2	30-50	5	50%
3	>50	3	30%

Sumber : Data yang diolah 2023

Berdasarkan tabel 3 diatas menunjukkan bahwa jumlah penjual buah dan sayuran, di Pasar baru Merauke berdasarkan tingkat usia yaitu 17 – 28 tahun sebanyak 2 responden (20%), penjual dan sayur 30 – 50 sebanyak 5 responden (50%), penjualan buah dan sayur > 50 tahun sebanyak 3 responden (30%).

3.Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Data pendidikan responden penjual buah dan sayuran sbb:

Tabel 4. Data pendidikan

No	Pendidikan	Jumlah Responden	Presentase(%)
1	<u>Tidak Sekolah</u>	2	20%
2	SD	1	10%
3	<u>SMP</u>	4	40%
4.	<u>SMA</u>	3	30%
5	<u>S1</u>	-	-

Sumber : Data yang diolah 2023

Berdasarkan tabel 4 diatas menunjukkan bahwa jumlah penjualan buah dan sayur di Pasar baru Merauke berdasarkan tingkat pendidikan SD sebanyak 1 responden (10%), tingkat pendidikan SMP sebanyak 4 responden (40%), tingkat pendidikan SMA sebanyak 3 responden (30%), responden yang tidak sekolah sebanyak 2 responden (20%), sementara tingkat pendidikan S1 responden yang tidak ada.

B. Pembahasan

1. Penerimaan Penjualan Buah Dan Sayur di Pasar Baru Merauke

Sebelum melakukan analisis biaya penjualan buah dan sayur, perlu di ketahui bahwa setiap harga jual serta jumlah buah dan sayur yang terjual akan menghasilkan Penerimaan pada usaha penjualan buah dan sayur perbulannya, dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 5. Penerimaan Penjualan buah dan sayur di Pasar Baru Merauke

No	Nama Barang	Jumlah Pedagang	Jumlah barang	Harga Satuan Penjualan	Total Penjualan Seluruh Pedagang
1	Sayur Daun Singkong	9	5	5.000	225.000
2	Kangkung Rawa	10	6	5.000	300.000

3	Singkong	7	4	20.000	560.000
4	Pisang Nona	8	4	20.000	640.000
5	Pisang Raja	7	3	30.000	630.000
6	Pisang Kepok	10	5	25.000	1.250.000
7	Petatas	10	3	30.000	900.000
8	Keladi	5	6	30.000	900.000
9	Kelapa	9	9	7.000	567.000
Total Penerimaan penjualan buah dan sayur					5.972.000
Rata -rata Penerimaan penjualan buah dan sayur					597.200

Sumber : Data yang diolah 2023

Hasil analisis berdasarkan table 5. diatas menunjukkan bahwa total penerimaan penjualan sayur dan buah oleh ibu -ibu di pasar baru merauke sebesar Rp. 5.972.000, Rata -rata Penerimaan penjualan buah dan sayur sebesar Rp.597.200

2. Biaya Penjualan Buah Dan Sayur di Pasar Baru Merauke

Sebelum dilakukan analisis hasil penjualan buah dan sayur , perlu diketahui setiap proses penjualan tentu ada biaya - biaya yang di keluarkan oleh penjual buah dan sayur di Pasar Baru Merauke, dapat dilihat pada tabel dibawah ini;

Tabel 6. Total Biaya Penjualan Buah dan Sayur di Pasar Baru Merauke

No	Biaya Biaya Modal	Jumlah Pedagang	Jumlah barang	Harga Pokok Penjualan	Total HPP
1	Sayur Daun Singkong	9	5	3.000	135.000
2	Kangkung Rawa	10	6	3.000	180.000
3	Singkong	7	4	15.000	420.000
4	Pisang Nona	8	4	15.000	480.000
5	Pisang Raja	7	3	25.000	525.000
6	Pisang Kepok	10	5	15.000	750.000
7	Petatas	10	3	25.000	750.000
8	Keladi	5	6	25.000	750.000
9	Kelapa	9	9	5.000	405.000
Total Biaya penjualan buah dan sayur					4.395.000
Rata - rata biaya penjualan buah dan sayur					439.500

Sumber : data diolah 2023

Berdasarkan tabel 6 diatas dapat dijelaskan bahwa total jumlah biaya penjualan yang dikeluarkan oleh penjual buah dan sayur di pasar baru Merauke sebesar Rp. 4.395.000 dengan rata-rata penjual buah dan sayur di pasar baru Merauke sebesar Rp.439.500

3. Analisis Pendapatan Penjualan Buah dan Sayur di di Pasar Baru Merauke

Pendapatan merupakan hasil selisih antara total penerimaan (total revenue) dengan total biaya (total cost) yang dilakukan dalam proses produksi, pendapatan ekonomis yaitu suatu penerimaan dikurangi semua biaya produksi.

Tabel 7. Pendapatan Rata – Rata Penjualan Buah dan Sayur

Penerimaan/TR	Total Biaya/TC	Pendapatan/TR-TC
Rp. 597.200	Rp. 439.500	Rp.157.700

Sumber : data diolah 2023

Berdasarkan tabel 7, dapat dijelaskan bahwa rata – rata pendapatan Penjualan Buah dan Sayur di Pasar Baru Merauke rata - rata, yaitu sebesar Rp.157.700, dengan demikian maka pendapatan optimal penjualan di kota merauke adalah penerimaan total (TR) dikurangi dengan biaya total (TC) dengan menggunakan rumus :

$$\begin{aligned} \Pi &= TR - TC \\ &= Rp. 597.200- Rp. 439.500 \\ \pi &=Rp 157.700 \end{aligned}$$

4. Revenue Cost Ratio R/C

Analisis revenue cost ratio R/C digunakan untuk melihat manfaat serta efisiensi suatu usah dalam suatu periode tertentu. Suatu usaha dapat dikatakan menguntungkan apabila $TR/TC > 1$, usaha dapat dikatan untung tapi tidak rugi apa bila $TR/TC = 1$, dan sebaliknya usaha dikatakan tidak menguntungkan untuk dijalankan apabila $TR/TC < 1$.

Berikut ini adalah nilai rata – rata revenue cost ratio untuk usaha penjualan buah dan sayur (mama – mama wamena) di Kota Merauke:

Tabel 8. Rata –Rata Revenue Cost Ratio R/C Untuk Penjualan Buah dan Sayur

TR	Rp	597.200-
TC	Rp	439.500
R/C (TR/TC)		1.36

Sumber : data diolah 2023

Dari tabel 8. diatas maka dapat dijelaskan bahwa hasil perhitungan pendapatan usaha Penjualan Buah dan Sayur di Pasar Baru Merauke dengan menggunakan analisis R/C maka TR/TC atau $Rp. 597.200 / Rp. 439.500 = 1,36$, artinya setiap pengeluaran biaya sebesar Rp 1,00 maka penjualan buah dan sayur akan mendapat keuntungan sebesar Rp 1,36.

KESIMPULAN

Menurut hasil perhitungan pendapatan usaha pendapatan usaha penjualan buah dan sayur di Pasar Baru Merauke menguntungkan dimana rata-rata keuntungan perbulan sebesar Rp.597,200, sedangkan hasil perhitungan revenue cost ratio (R/C) usaha usaha Penjualan Buah dan Sayur di Pasar Baru Merauke dengan rata-rata R/C sebesar 1,36, hal ini menunjukkan bahwa menguntungkan bagi usaha Penjualan Buah dan Sayur di Pasar Baru Merauke.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] B. Aryani, "Peran Perempuan Dalam Membantu Ekonomi Keluarga Di Desa Tanjung Setia Kecamatan Pesisir Selatan Kabupaten Pesisir Barat," Universitas Islam Negeri Raden Intan.Lampung, 2017.
- [2] N. Q. Anggriana, R. and B. Santoso, "Pengaruh Harga, Promosi, Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Ojek Online 'Om-Jek' Jember," *J. Sains Manaj. dan Bisnis Indones.*, 2017.
- [3] H. Waluyo and H. Dini, *Kamus Terbaru Ekonomi & Bisnis*. Surabaya: Reality Publisher, 2011.
- [4] I. Aliyah, "Pasar Tradisional: Kebertahanan Pasar Dalam Kontelasi Kota," 2020.
- [5] Lukito and Y. Nurliani, *Revitalisasi Ruang Pasar Tradisional Melalui Pendekatan Dsain dan Interaksi Pengguna Ruang*. Yogyakarta: CV. Budi Utama, 2018.
- [6] N. Ayu and Dkk, "Penerapan Metode Vaks (Visual, Auditory, Kinesthetic, Sugestopedia) Jurnal untuk meningkatkan Keterampilan Berbicara pada Materi Memerankan Tokoh Drama," *J. Pena Ilm.*, 2017.
- [7] R. Irawati and E. B. W. Hardiastuti, "Perancangan Standard Operating Procedure (SOP) Proses Pembelian Bahan Baku, Proses Produksi dan Pengemasan pada Industri Jasa Boga (Studi Kasus pada PT. KSM Catering & Bakery Batam)," *J. Akuntansi, Ekon. Dan Manaj. Bisnis*, vol. 4, p. 2, 2016.
- [8] R. H. Delima and N. Khoiroh, "Analisa Maksimum Produksi dalam Pemenuhan Kebutuhan Konsumen Serta Perhitungan Laba Usaha Pada Industri Batu Bata Usaha Baru Desa Sungai Buluh Kecamatan Muara Bulian," 2020.
- [9] A. Silaban and H. Siallagan, "Teori Akuntansi," Edisi kedu., medan, 2012.
- [10] G. N. Mankiw, *Principles Of Economics (Pengantar Ekonomi Mikro)*. Jakarta: SALEMBA EMPAT, 2011.
- [11] Harnanto, *Dasar Dasar Akuntansi (2nd ed.)*. Yogyakarta: Andi, 2019.
- [12] A. Purwaji and Dkk, *Akuntansi Biaya Edisi Dua*. Jakarta: SALEMBA EMPAT, 2018.

- [13] M. Subri, *Ekonomi Sumber Daya Manusia Dalam Konteks pembangunan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2016.
- [14] K. Suratiyah, *Ilmu Usahatani. Penebar Swadaya*. Jakarta, 2015.
- [15] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet, 2016.